

**VŠB – Technická univerzita Ostrava**

**Fakulta strojní**

**Katedra mechanické technologie**

**MANAGEMENT A ORGANIZACE SPORTOVNÍCH SOUTĚŽÍ**

**MANAGEMENT AND ORGANIZATION OF MOTOR RACING**

Student:

Václav Baran

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Petra Kočiščáková

Ostrava 2010

## Zadání bakalářské práce

Student:

**Václav Baran**

Studijní program:

B2341 Strojírenství

Studijní obor:

2301R040 Průmyslové inženýrství

Téma:

Management a organizace sportovních soutěží  
Management and Organization of Motor Racing

Zásady pro vypracování:

1. Obecná charakteristika řešené problematiky.
2. Analýza současného stavu z hlediska konkurence, zákazníka a dalších vstupních informací.
3. Vyhodnocení analýzy, specifikace požadavků, identifikace problémů.
4. Vlastní návrhy řešení.
5. Zhodnocení přínosu práce.

Seznam doporučené odborné literatury:

FORET, M., PROCHÁZKA, P., URBÁNEK, T. *Marketing: základy a principy* 1. vyd. Brno : Computer Press, 2003. 199 s. ISBN 80-7226-888-0.

KOČIŠČÁKOVÁ, P. *Management a podnikání*. přednášky, VŠB-TU Ostrava.

KOTLER, P., ARMSTRONG, G. *Marketin*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2004. 855 s. ISBN 80-247-0513-3


Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

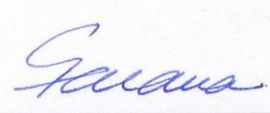
Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Petra Kočiščáková, Ph.D.**

Datum zadání: 18.12.2009

Datum odevzdání: 21.05.2010




  
prof. Ing. Jiří Hrubý, CSc.  
vedoucí katedry

  
prof. Ing. Radim Farana, CSc.  
děkan fakulty

### **Místopřísežné prohlášení studenta**

Prohlašuji, že jsem celou bakalářskou práci včetně příloh vypracoval samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a uvedl jsem všechny použité podklady a literaturu.

V Ostravě .....20.5. 2010.....

..........

podpis studenta



Prohlašuji, že

- jsem byl seznámen s tím, že na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo.
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen „VŠB-TUO“) má právo nevýdělečně ke své vnitřní potřebě bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3).
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě uložena v Ústřední knihovně VŠB-TUO k nahlédnutí a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že údaje o kvalifikační práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO.
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona.
- bylo sjednáno, že užít své dílo – bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).
- beru na vědomí, že odevzdáním své práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, bez ohledu na výsledek její obhajoby.

V Ostravě dne: 20.5.2010

  
.....  
podpis

Jméno a příjmení autora práce:

Václav Baran

Adresa trvalého pobytu autora práce:

Jasná 283  
Český Těšín - Mosty  
735 62

## **Anotace bakalářské práce**

BARAN, V. *Management a organizace sportovních soutěží: Bakalářská práce*. Ostrava : VŠB – Technická univerzita Ostrava, Fakulta strojní, Katedra mechanické technologie, 2010, 45 s. Vedoucí práce: Kočiščíková, P.

Bakalářská práce se zabývá zpracováním projektu realizaci závodních akcí. V první části práce je popsán typ závodních akcí a jejich realizace. Na základě uskutečněných třech ročníků závodu je provedena analýza, která je v dalších krocích vyhodnocena, a dále jsou navržena opatření a cíle k dosažení lepších výsledků při realizaci následného ročníku.

## **Annotation of Thesis**

BARAN, V. *Management and Organization of Motor Racing: Bachelor thesis*. Ostrava: VŠB – Technical university Ostrava, Faculty of engineering, Department of mechanical technology, 2010, 45 pages. Work leader: Kočiščíková, P.

Bachelor thesis is dealing of arrangement of project of realization of race competitions. The races types are being described in the first part of this document including information about does that races ordinary realize. It has been made the analysis based on acquired experiences during last 3 seasons. The analysis will be used as lesson learnt to find the significant improvements to achieve better results in coming season.

## **OBSAH**

<b>SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK A SYMBOLŮ</b>	<b>7</b>
<b>ÚVOD</b>	<b>8</b>
<b>1 OBEČNÁ CHARAKTERISTIKA ŘEŠENÉ PROBLEMATIKY</b>	<b>9</b>
1.1 Pojem občanské sdružení	9
1.2 Historie pořádání traktoriád	10
1.3 Charakteristika závodu	11
1.3.1 Areál a trať	12
1.3.2 Lidské zdroje	13
1.3.3 Zázemí	14
1.3.4 Ocenění	14
1.3.5 Disciplíny	15
1.3.6 Vedlejší program	21
<b>2 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU Z HLEDISKA KONKURENCE, ZÁKAZNÍKA A DALŠÍCH VSTUPNÍCH INFORMACÍ</b>	<b>23</b>
2.1 Metodika a metodické postupy	23
2.1.1 Marketingový mix	23
2.1.2 SWOT analýza	26
2.2 Analýza současného stavu pomocí uvedených metod	27
2.2.1 Marketingový mix závodů	27
2.2.2 SWOT analýza závodů	32
2.3 Rozpočet závodů	33
2.4 Analýza konkurence	35
<b>3 VYHODNOCENÍ ANALÝZY, SPECIFIKACE POŽADAVKŮ, IDENTIFIKACE PROBLÉMU</b>	<b>37</b>
3.1 Organizační chyby	37
3.2 Nevhodný areál a trať	37
3.3 Finanční nároky	38
<b>4 VLASTNÍ NÁVRH ŘEŠENÍ</b>	<b>39</b>
4.1 Lepší organizace a časový plán	39
4.2 Změna místa konání	41
4.3 Finanční možnosti	42
<b>5 ZHODNOCENÍ PŘÍNOSU PRÁCE</b>	<b>44</b>

## **Seznam použitých zkratk a symbolů**

hp	jednotka výkonu, horse power	[hp]
html	značkovací jazyk webových stránek	
DVD	Digital Video Disc – formát digitálního optického datového nosiče	
OSA	Ochranný svaz autorský pro práva k dílům hudebním	
VIP	Very Important Person – Velmi důležitá osoba	

## Úvod

Závody traktorů, tzv. „traktoriády“ či „traktortrialy“, nemají dalekou historii, je to vcelku nový druh motoristického sportu, který vznikl zhruba v České republice před 5 lety. Předlohou byly nejspíše závody „TruckTrial“, což jsou závody speciálně upravených nákladních vozidel projíždějících v nejnáročnějších terénech.

Většinu z „traktoriád“ spojují stejné začátky, kdy se majitelé traktorů mezi sebou přeli o to, kdo má silnější či rychlejší traktor. Vytýčili si trať za vesnicí a odstartovali, následující rok se přidali další závodníci, akce se rozšířila pro veřejnost, medializovala a takto vznikly první oficiální traktoriády v České republice.

Naše závody „TraktorTrial Petrovice u Karviné“ jsou známé hlavně díky svým internetovým stránkám „[www.nasetraktory.cz](http://www.nasetraktory.cz)“, kterých jsem zakladatelem a administrátorem. Tyto stránky sdružují všechny traktoristy, organizátory závodů, domácí kutily a další fandky zemědělské techniky. Dále je možno naše závody znát z plakátů, rádia či televize, ve které jsme nejdnou vystupovali.

Předmětem této bakalářské práce je studie závodů traktorů domácí i sériové výroby zvaných „TraktorTrial Petrovice u Karviné“. Závody jsou pořádané Občanským sdružením „[nasetraktory.cz](http://nasetraktory.cz)“, kterého jsem místopředseda a spoluzakladatel. Práce by měla posloužit k dosažení stanovených cílů, jako je uspořádat další ročník bez zbytečných ztrát a organizačních chyb, kterých jsme se dopustili.



# 1 Obecná charakteristika řešené problematiky

V této kapitole je popsána obecná charakteristika závodu, nastíněna historie, popsány výhody a způsob založení občanského sdružení.

## 1.1 Pojem občanské sdružení

Občanské sdružení je zájmové spojení k prosazování vlastních zájmů, či spojení dalších občanů se společnými názory či zájmy. Podle zákona o sdružování občanů mají občané právo svobodně se sdružovat, k výkonu tohoto práva není třeba povolení státního orgánu, ale stačí pouze registrace. Občané tak mohou zakládat spolky, společnosti, svazy, hnutí, kluby a jiná občanská sdružení, jakož i odborové organizace a sdružovat se v nich. Občanské sdružení se řídí dle Občanského zákoníku, zároveň je nejčastější právní formou neziskové organizace v ČR. Mezi další formy patří obecně prospěšná společnost, nadace či nadační fond.

### Založení Občanského sdružení:

Založení o.s. upravuje zákon o sdružování občanů č. 83/1990 Sb. V podstatě jediné, čeho je zapotřebí k založení občanského sdružení, je vytvoření přípravného výboru skládajícího se nejméně ze tří lidí, z nichž alespoň jeden je starší 18 let, a sepsání stanov.

Přípravný výbor podává návrh na registraci, přílohou návrhu jsou dva stejnopisy navržených stanov. Návrh na registraci musí podle zákona obsahovat: podpisy členů přípravného výboru, jména, příjmení, data narození a bydliště těchto osob, označení toho člena výboru, který je určen jako zmocněnec pro jednání jménem výboru, text stanov ve dvou vyhotoveních. Stanovy musí obsahovat: název sdružení (název sdružení musí od července 2006 obsahovat označení "občanské sdružení" nebo zkratku "o. s."), sídlo sdružení, cíl jeho činnosti, práva a povinnosti členů sdružení, orgány sdružení, způsob jejich ustavování, určení orgánů a funkcionářů oprávněných jednat jménem sdružení, ustanovení o organizačních jednotkách, pokud budou zřízeny a pokud budou jednat svým jménem, zásady hospodaření. Formát stanov není jednotně určen,

to jak jsou složité, záleží na předmětu plánované činnosti a také složitosti struktury zakládané organizace.

### Výhody Občanského sdružení:

Hlavní předností občanského sdružení je spojení s lidmi sledujícími stejný cíl. Hlas takto vytvořené skupiny může obecně mít (i když to tak nemusí být vždy) větší váhu než hlas jednotlivce. Občanská sdružení se například mohou za určitých podmínek stát účastníky správního řízení, v němž se rozhoduje o velkých investičních projektech. Občanské sdružení je osvobozeno od některých správních poplatků. Nezanedbatelnou výhodou je také skutečnost, že občanské sdružení má šanci získat granty na podporu své činnosti, a to jak od soukromých dárců, tak od nadací, mezinárodních institucí či českých ministerstev. [1]

## **1.2 Historie pořádání traktoriád**

Myšlenka vznikla na podzim roku 2005, kdy jsem jako domácí kutil sestavoval svůj první doma vyrobený traktor, na internetu jsem hledával nápady a rady, bohužel neúspěšně, neváhal jsem a s povrchními znalostmi html kódu založil internetové stránky (traktor.ic.cz), kde by se scházeli fandové, konstruktéři a příznivci zemědělské techniky, a to se povedlo. Komunikace přes návštěvní knihu, s nemožností vkládání fotografií a stále větším ohlasem, mě donutila k založení diskusního fóra a přesunu stránek pod placený hosting s adresou (nasetractory.cz). Uvědomili jsme si velký zájem a absenci traktoriád v Moravskoslezském kraji, a proto jsme založili občanské sdružení umožňující pořádat oficiální závodní akce.

Pro pořádání těchto závodů bylo nezbytné založit občanské sdružení. Občanské sdružení nesoucí název „nasetractory.cz o. s.“ dle zákona o sdružování občanů č. 83/1990 bylo založeno 11. 7. 2007 Kamilem Baronem jakožto předsedou sdružení, místopředsedy Václavem Baranem a Pavlou Kidoňovou. Nasetractory o. s. je nezávislé dobrovolné sdružení amatérů, které sbližuje závodníky, motoristy a přátele motoristického sportu. Předmětem činnosti je pořádání motoristických soutěží traktorů domácí výroby v terénu – TraktorTrial. Posláním organizace je rozvíjení zájmu o motoristické sporty ve všech formách na území ČR, pořádání

soutěží, sdružování a dle možnosti podporování posádky při závodech, čestným soutěžením při sportovních podnicích, prohlubování přátelství a úcty k soupeřům.

Závody „TraktorTrial Petrovice u Karviné“ se poprvé uskutečnily 4. 8. 2007 na motokrosové trati Petrovické kotliny v obci Petrovice u Karviné jako první ročník, první traktoriáda v okolí a jako první akce o. s. nasetractory.cz Druhý ročník se konal 30. 8. 2008 a třetí 5. 9. 2009 všechny na stejném místě. K 1. 1. 2010 je na diskusním fóru přes 4000 registrací, přes 250 nových příspěvků za den a přes 10.000 fotek.



Obrázek 1 – Logo týmu

### 1.3 Charakteristika závodu

Dne 5. 9. 2009 jsme uspořádali již 3. ročník závodu „TraktorTrial“ na motokrosové trati v Petrovicích u Karviné, jehož se může zúčastnit každý na svém doma vyrobeném traktoru bez rozdílu velikosti. Ty jsou rozděleny do čtyř skupin:

- a) malé,
- b) střední,
- c) velké,
- d) sériové.

Rozdělení traktorů do příslušných skupin se provádí před zahájením závodu pomocí technické přejímky.

### 1.3.1 Areál a trať

Areál motokrosu v Petrovicích u Karviné byl vybrán z důvodu dobré dostupnosti a ideálních podmínek pro závody traktorů.

Trať je písčitojílovitá se spoustou prudkých stoupání a klesání, ostrých zatáček, příčných nerovností, je to ideální terén pro traktory. Uprostřed okruhu se nachází startovací rovinka pro motokros, my ji využíváme pro většinu z disciplín, pouze trial se odehrává ve spodní části závodiště s náročným terénem. Speciálně pro nás byla na jednom z ostrůvků závodiště vykopána obrovská strouha plná bahna, pro disciplínu zvanou „bahna“.



Obrázek 2 - Pohled na závodiště

Na obrázku číslo 3 lze vidět rozsáhlý areál motokrosové trati Petrovic u Karviné.



Obrázek 3 - Mapa areálu

### 1.3.2 Lidské zdroje

Hlavním organizátorem celého závodu je předseda občanského sdružení Kamil Baron, který se stará o hladký průběh celé akce. Spoluorganizátorem je místopředseda Václav Baran, během závodu v roli hlavního rozhodčího. S organizací závodu nám pomáhá rodina a nejbližší přátelé. U vstupu najdeme dvě dobrovolnice, jedna u pokladny, druhá u vstupenek, další dva dobrovolníci organizují parkování přijíždějících vozidel. V administrační budově se nachází asistentka starající se o výsledky a další administrativní činnost. Na trati najdeme také tři dobrovolníky dohlížející na diváky a bezpečnost.

Bezpečnost celé akce dále zajišťuje zdravotnická služba a hasiči. Ozvučení závodiště zajišťují profesionální zvukaři s moderátorem.

Teoreticky je potřeba k uspořádání akce minimálně součet výše uvedených osob, avšak z vlastních zkušeností lze konstatovat, že pomocných a organizačních sil není nikdy dost.

### 1.3.3 Zázemí

- Parkování

V areálu je bezplatné parkování pro všechny návštěvníky na travnaté louce poblíž závodiště. Závodní stroje jsou parkovány na jednom z úseku tratě, před každým z nich je cedule s číslem traktoru a popisem, kde je uvedeno: *název stroje, jméno závodníka, rok výroby, použitý motor a převodovky, nápravy a další specifiky*, které si účastník sám vypíše. Závodník se po dojetí disciplíny vrací do svého depa, kde čeká na další pokyny.

- Občerstvení

V prvním ročníku jsme se mimo pořádání závodů starali i občerstvení a to ve formě grilovaných klobás a čepovaného piva, nicméně je těžké odhadnout počet konzumujících, proto jsme raději v dalších ročnících dali příležitost soukromníkům, kteří zajistí dostatek jídla a dle dohody poskytnou všem závodníkům porci zdarma.

V posledním ročníku sponzor Pivovar Černá Hora propůjčil šest výčepních zařízení. Bylo možno vybírat ze dvou druhů piv a tří druhů nealkoholických nápojů.

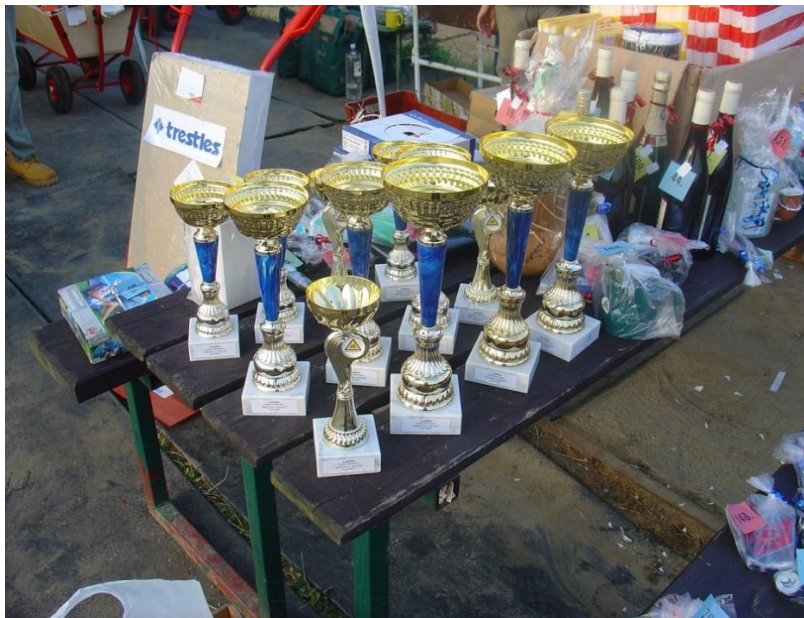
### 1.3.4 Ocenění

Výsledky z jednotlivých kategorií jsou seřazeny od nejlepšího, který obdrží 1 bod, po nejhorší, který obdrží číslo takové, jaký je počet soutěžících v kategorii. Nakonec se všem soutěžícím sečtou jednotlivé body ze všech disciplín, soutěžící s nejméně body vyhrává, určí se první tři nejlepší z každé kategorie.



Ohodnocen je i majitel nejhezčího traktoru, o kterém rozhodují diváci vhozením vstupenky do boxu s číslem traktoru.

Každý ze zúčastněných je odměněn účastnickým listem, vítězové pohárem a hodnotnými cenami od sponzorů.



Obrázek 4 - Ceny pro vítěze

### 1.3.5 Disciplíny

Jednou z nejnáročnějších příprav před akcí jsou disciplíny. Je důležité vymyslet takové disciplíny, aby byly v možnostech trati a bezpečnosti, nebyly náročné a zároveň aby pobavily diváky. Traktoriády lze uspořádat téměř kdekoli, zejména vesnické traktoriády se odehrávají často na fotbalovém hřišti, jako je např. Traktoriáda ve Starojické Lhotě. Omezený prostor není pro pořadatele překážkou, neboť si každý rok připraví pro závodníky nové disciplíny a pro diváky novou zábavu, jako například slalom, při kterém závodník drží v jedné ruce polévkovou lžící s vajíčkem a druhou obsluhuje traktor, apod. Jiné traktoriády jsou ryze závodní záležitostí, jako je tomu v závodech zvané „Grandprix Malotraktorem“ v Nových Bránicích nebo „Pusto-Polomský Bohušův Memoriál Traktor TrialTrophy“. TraktorTrial Šalmanovice, jedny z nejnavštěvovanějších traktoriád v České republice, pořádá Pavel Pekař na svém vlastním pozemku v Šalmanovicích, kde jsou největším lákadlem

„Bahna speciál“ s jediným úkolem dostat se skrz značně promočenou půdu na druhou stranu.

Naše závody TraktorTrial Petrovice u Karviné se odehrávaly na motokrosové trati, kde jsme zatím uspořádaly tyto disciplíny: Sprint, Šnek, TraktorPulling, TraktorTrial, Rychlostní zkouška, Tažení břemene, Bahna, Couvání s vlekem.

- **Sprint**

Krátký, rychlý závod, charakteristický maximálním využitím rychlosti a zrychlení traktoru. Soutěží se po dvojicích na 100m na nejrovnějším úseku tratě, aby se předešlo nechtěným skokům, kolizi, či vjetí mezi diváky. Nezáleží, kdo z dvojce dojel první, jede se na čas, který se seřadí a nejnižší vyhrává.



Obrázek 5 – Sprint

- **Šnek**

Přesný opak sprintu, úkolem není být v cíli co nejdříve, ale právě co nejpozději. Výhodu mají traktory, aspoň se 2 převodovkami. Zařadí-li se nejnižší převodový stupeň a využije minimálních otáček, traktor je schopen doslova se plazit. Je zakázáno vyšlapávat spojku. Vítězí nejvyšší čas, tj. ten kdo, dojede poslední.



Obrázek 6 - Šnečí jízda

- **TraktorPulling**

V České republice dosud neznámý závod, v USA nejrozšířenější závody zemědělské techniky konané už desítky let. Myšlenka těchto závodů vznikla mezi zemědělci, kteří mezi sebou stále soutěžili, kdo má silnějšího koně. Jednoho dne je napadlo shodit dveře ze stodoly, zapřáhnout je za koně a postupně je ztěžovat naskakujícími lidmi. Kůň, jenž utáhl nejvíce osob na delší vzdálenost, byl vítězem. Podobný princip se zachoval i pro traktory, ale dveře od stodoly se nahradily speciálně upravenou vlečkou, místo dveří železná radlice s úkolem zarývat se do země a způsobit co nejvyšší třecí podmínky. Na vlečce se s ujetou vzdáleností konstantně pohybuje závaží, jež vyvíjí tlak na zmiňovanou radlici. Na tuto disciplínu není potřeba traktor s náhonem všech kol, neboť při tahu se veškerý výkon a váha přenáší na zadní kola. Kola přední jsou ve většině případů nad zemí. Nejdůležitější je výkon motoru a trakce zadních kol. Úkolem je dojet až do konce, tzv. udělat „fullpull“. Vítězem se stává ten, kdo dojede nejdále, je-li vzdálenost shodná, bere se lepší čas.





Obrázek 7 – TraktorPulling

- **TraktorTrial**

Hlavní disciplína s příznačným názvem celé akce. Na nejnáročnějším terénu tratě se pomocí branek vytýčí průjezdná místa, která musí traktorista projet, aniž by se dotkl branky, a zároveň musí zvládnout náročná prudká stoupání a klesání, příkopy se spoustou bahna a ostrých zatáček. Jede se na čas, za každou shozenou branku se přičítají trestné body.



Obrázek 8 – TraktorTrial

- **Rychlostní zkouška**

Rychlostní zkouška zhruba 1km dlouhá na vymezeném okruhu motokrosově trati, kde se ukážou ti nejodvážnější jezdci na nejrychlejších traktorech. Konala se pouze při prvním ročníku, z bezpečnostních důvodů, kdy některé závodní stroje doslova letěly vzduchem, nebyla zopakována.



Obrázek 9 - Rychlostní zkouška

- **Couvání s vlekem**

za traktor je připojen jednoosý přívěs s cílem ho dostat přes slalom mezi vyznačenou branku, vše na čas a zpětný chod.



Obrázek 10 - Couvání s vlekem

- **Bahna**

Dobrovolná disciplína s jediným úkolem, projet strouhu plnou bahna. Pouze zdatnější traktory s ještě odvážnějším traktoristou se pokusí bahno projet, ve většině případů však uvízne a je třeba vyproštění dalším traktorem, či navijákem. Většina traktoristů si nechce své miláčky zašpinit, proto se o zdolání této mety nepokusí, navíc nelze nijak objektivně traktory hodnotit, z těchto důvodů je tato atrakce dobrovolná. Tuto disciplínu řídíme na samotný závěr, v jejím průběhu využíváme čas k přepočítávání výsledků a vyhodnocování vítězů celé akce. Vítězem není nikdo, jedná se pouze o pobavení.



Obrázek 11 – Bahna

- **Tažení břemene**

Cisternový vůz Praga V3S, plně naplněný vodou, byl předchůdcem traktorpullingu v prvních dvou ročnících. Úkolem bylo odtáhnout pomocí tažné tyče cisternu co nejrychleji na 200m úseku. Značnou výhodu měly traktory s vyšší hmotností a pohonem všech kol. Oproti traktorpullingu je zátěž konstantní, čili kdo se rozjel, tak už do cíle dojel, vítězem je nejnižší čas.





Obrázek 12 - Tažení cisterny

### 1.3.6 Vedlejší program

Na našich akcích nemyslíme pouze na závodníky, ale taky na diváky. Během tří ročníků jsme si pro diváky připravili doprovodné programy, do kterých se mohli aktivně či pasivně zapojit.

- *Představení nových traktorů*

připravil pro diváky hlavní partner p. Mitrenga k příležitosti druhého ročníku na předváděcích traktorech značky Case a Zetor. Malá ukázka toho, jak funguje převodovka CBT, nebo jak je traktor řízen bez obsluhy dle navigace s vypočtenou výměrou pole. Závěrem byla ukázka tažné síly na zabrzděné cisterny Praga V3S.

- *Přetahování dětí nejmenším traktorem*

je určena zábava pro ty nejmenší. Byl vybrán nejmenší a nejslabší traktor proti páru dětí s úkolem se přetahovat, ale traktor neměl nejmenší šanci. Odvážných a silných dětí bylo daleko více, než stačily koňské síly i toho největšího traktoru na závodišti.

- *100 koňských nebo 100 lidských sil*

zněla atrakce, na kterou si mohli diváci vsadit a silní muži se aktivně zúčastnit. Za pomoci 2 silných lan, 100 lidí

a 1 traktoru, byl uspořádán doposud nikde nezrealizovaný pokus, kdy 100 lidských sil bez zvýšené námahy přetáhlo 100 traktorových sil.

- *Převádějící jízdy tanku VT-34*

si užili fandové do vojenské techniky , o zábavu se postaral jeden ze sponzorů p. Czudek se svým tankem VT-34 v extrémní jízdě po motokrosově trati.

- *Zásah profesionálních hasičů*

proběhl na fiktivní nehodě osobního auto s vyprošťováním figuranta.

- *Miss traktor*

mohli diváci vybírat po celou dobu závodu a hlasovat tak o nejhezčím traktoru. Divácky nejhezčí traktor byl náležitě oceněn, stejně jako jeden z hlasujících pro výherce.

## 2 Analýza současného stavu z hlediska konkurence, zákazníka a dalších vstupních informací

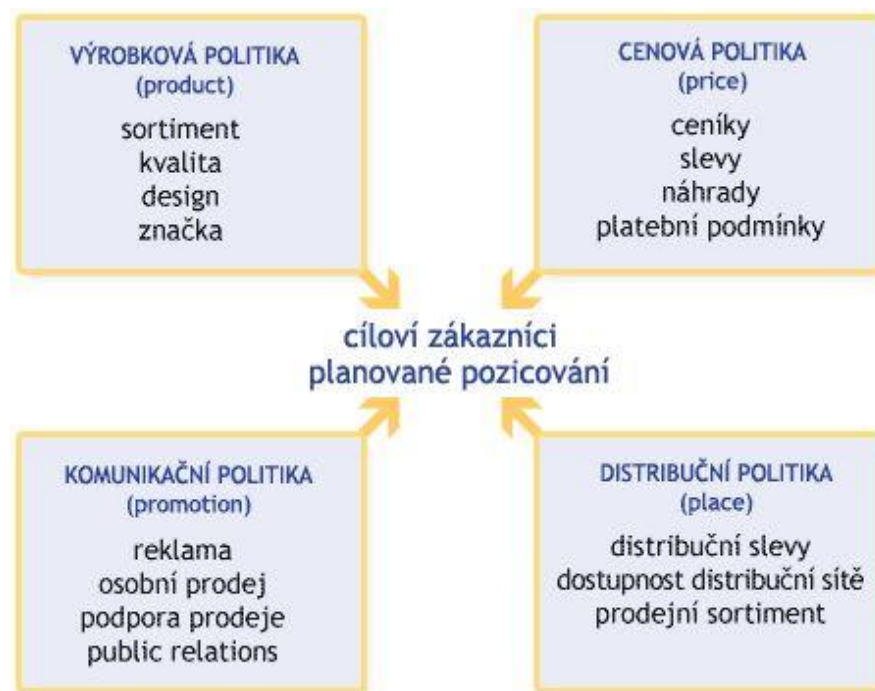
Náplní této kapitoly je teoretický základ potřebný k následné analýze současného stavu, pomocí metod jako je Marketingový mix a SWOT analýza. V závěru kapitoly je rozepsán celkový rozpočet závodů a analýza konkurence.

### 2.1 Metodika a metodické postupy

#### 2.1.1 Marketingový mix

Marketingový mix je soubor taktických marketingových nástrojů, které firma používá k úpravě nabídky podle cílových trhů. Marketingový mix zahrnuje vše, co firma může udělat, aby ovlivnila poptávku po svém produktu. Možné způsoby se dělí do čtyř skupin proměnných, známých jako 4P: produktová politika (product), cenová politika (price), komunikační politika (promotion) a distribuční politika (place). [2]

- **Produkt** označuje nejen samotný výrobek nebo službu (tzv. jádro produktu), ale také sortiment, kvalitu, design, obal, image výrobce, značku, záruky, služby a další faktory, které z pohledu spotřebitele rozhodují o tom, jak produkt uspokojí jeho očekávání.
- **Cena** je hodnota vyjádřená v penězích, za kterou se produkt prodává. Zahrnuje i slevy, termíny a podmínky placení, náhrady nebo možnosti úvěru.
- **Místo** uvádí, kde a jak se bude produkt prodáván, včetně distribučních cest, dostupnosti distribuční sítě, prodejního sortimentu, zásobování a dopravy.
- **Propagace** říká, jak se spotřebitelé o produktu dozvědí (od přímého prodeje přes public relations, reklamu a podporu prodeje). [5]



Obrázek 13 – Marketingový mix

Pojem produkt neoznačuje jenom výrobek, ale může označovat i službu. Navíc zahrnuje i všechny služby dodávané s výrobkem - v případě prodeje počítače jsou to všechny služby od poradenství jaký počítač koupit, přes sestavení a instalaci, až po pozáruční servis.

Účinný marketingový mix vhodně kombinuje všechny proměnné tak, aby byla zákazníkovi poskytnuta maximální hodnota a splněny firemní marketingové cíle. Je to soubor osvědčených nástrojů k realizaci firemní strategie.

Philip Kotler ale ve svých publikacích uvádí, že k tomu, aby byl marketingový mix správně používán, se na něj marketér nesmí dívat z pohledu prodávajícího, ale z hlediska kupujícího. Marketingový mix pak bude vypadat takto:

- z produktu se stane **zákaznická hodnota** (Customer Value),
- z ceny **zákaznickova vydání** (Cost to the Customer),
- místo se přemění na **zákaznické pohodlí** (Convenience),

- z propagace se stane **komunikace se zákazníkem** (Communication).

Díky tomu zjistíme, že zákazník požaduje hodnotu, nízkou cenu, velké pohodlí a komunikaci, nikoliv propagaci. Ze 4P se tak stanou 4C.

Jiné schéma vztahu 4P a 4C vypadá následovně:

Tabulka 1 – Marketingový mix [5]

<b>4P</b>	<b>4C</b>
Výrobek	Řešení potřeb zákazníka (customer solution)
Cena	Náklady, které zákazníkovi vznikají (customer cost)
Distribuce	Dostupnost řešení (convenience)
Propagace	Komunikace (communication)

### **Modifikace marketingového mixu**

Výrobní manažeři se mohou pokusit o podnícení prodeje pomocí modifikace jedné nebo více proměnných marketingového mixu. Měli by si položit tyto otázky:

- **Ceny:** Může snížení cen přilákat nové zájemce a uživatele? Jestliže ano, je vhodné snížit ceníkové ceny nebo poskytnout slevu jiným způsobem, například při odběru většího množství, při okamžitém nákupu, bezplatnou dopravu či výhodnějšími platebními podmínkami? Nebo by bylo lepší zvýšit cenu na znamení zlepšení jakosti produktu?
- **Distribuce:** Může firma získat větší podporu a prezentaci v rámci stávajících odbytíšť? Může proniknout na jiná odbytíšť? Může zavést produkt do nějaké nové distribuční sítě?
- **Reklama:** Je vhodné zvýšit výdaje na reklamu? Má být změněn text reklamy nebo její umístění? Má se modifikovat mediální mix? Je třeba upravit načasování, frekvenci a velikost reklamy?

- **Podpora prodeje:** Měla by firma vystupňovat podporu prodeje – obchodní jednání, pobídkové kupony, poskytování slev, záruk, propagační dárky a soutěže?
- **Osobní prodej:** Má být zvýšen počet a kvalifikace obchodních zástupců? Je třeba změnit jejich odborné zaměření? Měla by se modifikovat prodejní teorie? Je třeba upravit motivaci obchodních zástupců? Je možné zdokonalit prodej pomocí telefonu?
- **Služby:** Může firma urychlit dodávky zboží, rozšířit technické služby pro zákazníky, zvětšit rozsah úvěrů? [4]

### 2.1.2 SWOT analýza

SWOT analýza je jedna ze složek strategického plánu, jenž se zajišťuje na základě strategického auditu klíčové silné (Strengths) a slabé stránky (Weaknesses), příležitosti (Opportunities) a hrozby (Threats). Audit nabízí nepřeberné množství dat různého významu a spolehlivosti. Analýza SWOT tato data zpracovává a zdůrazňuje klíčové položky vyplývající z interního i externího auditu. V zájmu větší působivosti se jedná o malý počet položek, které ukazují, kam by měl podnik upřít svou pozornost.

Ne všechny hrozby vyžadují stejnou pozornost či obavy – manažer by měl posoudit pravděpodobnost jednotlivých hrozeb a potenciální škody, které mohou způsobit.

Příležitosti se vyskytují tam, kde může manažer společnosti díky svým silným stránkám využít změny v okolním prostředí ve svůj prospěch

Silné a slabé stránky v analýze SWOT nezahrnují všechny charakteristické rysy obchodní společnosti, ale jen ty, které mají vztah ke kritickým faktorům úspěchu. Silné a slabé stránky jsou relativní, nikoli absolutní. Je hezké být v něčem dobrý, ale pokud je konkurence lepší, je to i nadále slabá stránka. [2]





Obrázek 14 – SWOT analýza [3]

## 2.2 Analýza současného stavu pomocí uvedených metod

### 2.2.1 Marketingový mix závodů

- **Produkt**

Občanské sdružení Nasetraktory.cz je dobrovolné, nezávislé sdružení amatérů s hlavním cílem pořádat závody zvané TraktorTrial, které jsou určené pro všechny fandy zemědělské techniky. Zejména se jedná o závody traktorů domácí, ale i sériové výroby. Pořádáním závodů jsme nechtěli jen uspokojit naše sny a závodit s našimi traktůrky, ale také bylo našim cílem uspořádat pro nadšence zajímavou kulturní akci, kde si přijdou na své všichni členové rodiny. Muži se mohli věnovat závodům, zatímco ženy se mohly občerstvit nebo sledovat hasiče při akci. Mysleli jsme také na děti, pro které jsme připravili doprovodný program. Dalo by se říci, že největším cílem těchto akcí je pobavit diváky.

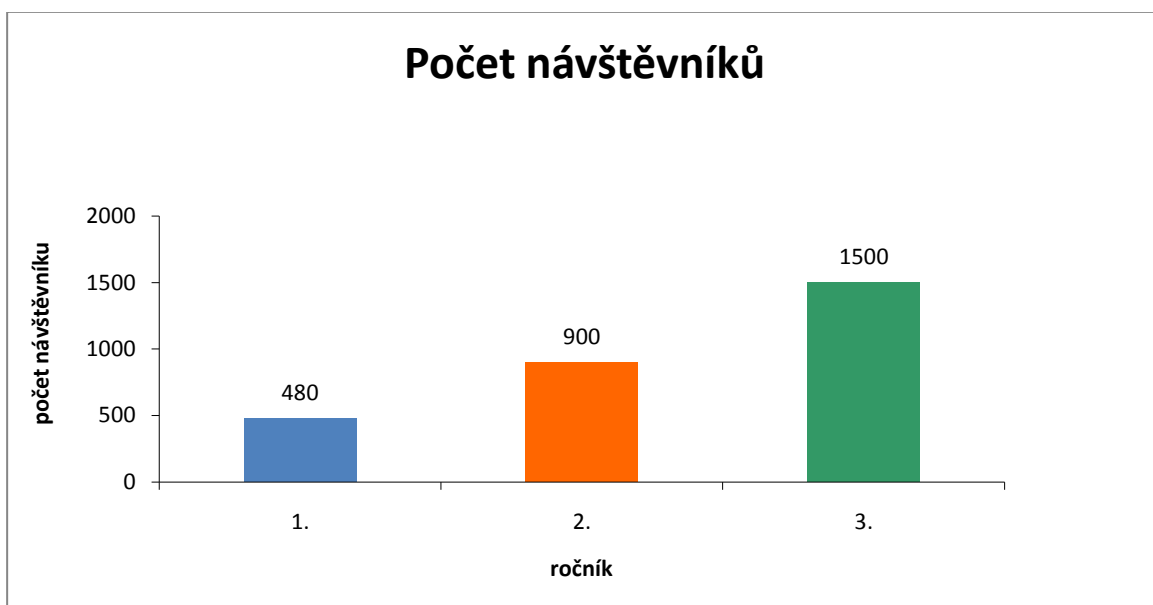
- **Cena**

Jedna z forem našeho příjmu je vstupné a startovné. První dva ročníky bylo vstupné 30 Kč. Vstupné posledního ročníku vzrostlo na 50 Kč, ale každá vstupenka zahrnovala nápojový kupon na 1 vybraný

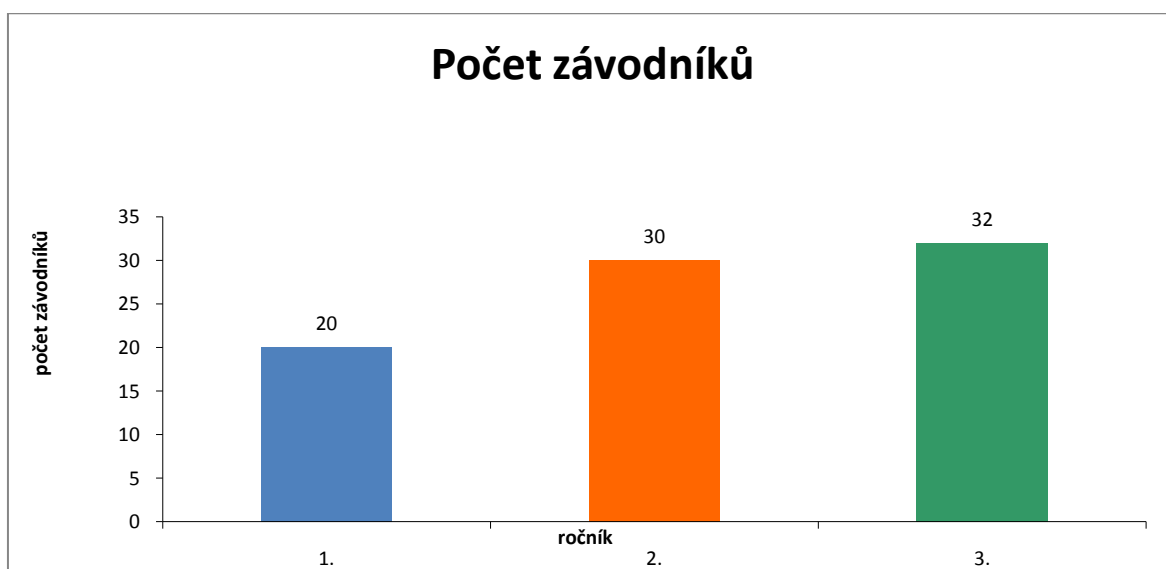
nápoj. Děti v doprovodu dospělých měly vždy vstup zdarma. Všem obchodním partnerům a dalším známým byla rozdána VIP vstupenka pro 2 osoby zahrnující 2 nápoje a 2 teplá jídla. Závodníci podávající přihlášku přes internet do 2 dnů před zahájením závodu zaplatili jen 150 Kč. Kdo se nezaregistroval přes internet, zaplatil startovné 250 Kč.

#### ○ *Návštěvnost diváků a návštěvnost závodníků*

Prvního ročníku se zúčastnilo 480 platících diváků a odstartovalo 20 závodníků. Druhého ročníku 900 návštěvníků a 30 závodníků, třetího ročníku již 1500 návštěvníků a 32 závodníků.



Obrázek 15 – Grafické znázornění návštěvnosti



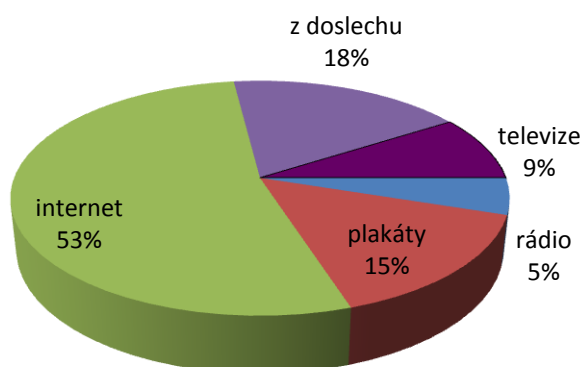
Obrázek 16- Grafické znázornění počtu startujících

### • Propagace

O konání našich závodů se můžou zájemci dozvědět z internetu, plakátu, nebo rádia. Internetové stránky „[www.nasetractory.cz](http://www.nasetractory.cz)“ slouží jako nejlepší zdroj, zde se návštěvníci dovědí všechny doplňující informace. Plakáty jsou vyvěšovány měsíc dopředu v okolí místa konání, kde jsou uvedeny základní informace: název, místo a datum konání, cena a program. Posluchači rádia se mohli v každou celou hodinu, 14 dní před zahájením, dozvědět o akci. Reklama zároveň odkazovala posluchače na internetové stránky pro doplňující informace. Povedlo se nám udělat reklamu i díky televizi, neboť jsme byli každým rokem pozváni do ranního vysílání „Dobrého rána“, a to vždy dva dny před uskutečněním závodu, což posloužilo jako výborná reklama našich závodů. Tématem prvního vysílání byly „Závody traktorů“, druhým rokem „Domaděly, aneb traktory doma vyrobené“ a k příležitosti třetího ročníku „TraktorPulling“.

V grafu na obrázku č. 17 je zobrazení procentuální rozdělení zdrojů, odkud se návštěvníci dozvěděli o konání akce. Je patrné, že *internetové stránky* se 53% slouží jako nejlepší médium. Zdrojem pro tato data byla anketa umístěná na internetových stránkách „[traktortrial.nasetractory.cz](http://traktortrial.nasetractory.cz)“, kde hlasovali návštěvníci těchto stránek po dobu 14 dní.

## Propagace



Obrázek 17 – Propagace

Na obrázku č. 18 je zobrazena ukázka oficiálního plakátu k druhému ročníku TraktorTrialu Petrovice u Karviné.



Obrázek 18 - Plakát 2. ročníku

- **Distribuce**

Všechny tři ročníky se odehrávaly na motokrosové trati v obci Petrovice u Karviné. Trať se nachází tedy blízko Karviné a nedaleko hranic s Polskem, v tzv. Petrovické kotlině, proto bylo nutno zajistit informační tabule navádějící návštěvníky k místu konání. Místo bylo vybráno především pro dobrou dostupnost a podmínky pro závody. Pro diváky je možnost parkování na rozlehlém parkovišti a zdarma. Vedle trati se pořádají jiné akce, např. Petrovické slavnosti, o čemž vypovídá známost místa. Nevýhodou je areál nenabízející dostatečné zázemí pro pořadatele.

## 2.2.2 SWOT analýza závodů

Tabulka 2 – SWOT analýza

	Pomocné	Škodlivé
Vnitřní původ	<b>Silné stránky</b> Zkušenosti Nadšení Internetové stránky s vysokou návštěvností Dobré jméno Neustálá komunikace mezi organizátory při diskuzích Terénní podmínky pro závodění Zajímavé disciplíny Doprovodný program Reklama v rádiu Profesionální moderátor Občerstvení v režii živnostníků	<b>Slabé stránky</b> Závislost na návštěvnících Závislost na sponzorech Časová náročnost Nedostatek personálu Areál nenabízí dostatečné zázemí Vysoké náklady Nedostatečné informace pro nové závodníky, jež nepoužívají internet Nevyužití výhod na vstupence (pití zdarma) Nedostatečné místo pro parkování
Vnější původ	<b>Příležitosti</b> Využití nového areálu Příhraniční poloha Spojení s ostatními traktoriády v okolí Konání jiné akce ve vedlejším areálu (přilákání nevědoucích)	<b>Hrozby</b> Konkurence Nevyzpytatelnost technických závad na traktorech Počasí Konání jiné akce ve stejném termínu na jiném místě Sponzorování Cena pojištění Nutnost zdravotní služby a hasičů



## 2.3 Rozpočet závodů

Náklady a výnosy jsou počítané vždy po ukončení akce. Pro první ročník nejsou dostupná všechna požadovaná data, ale v dalších ročnících jsme se snažili vše evidovat.

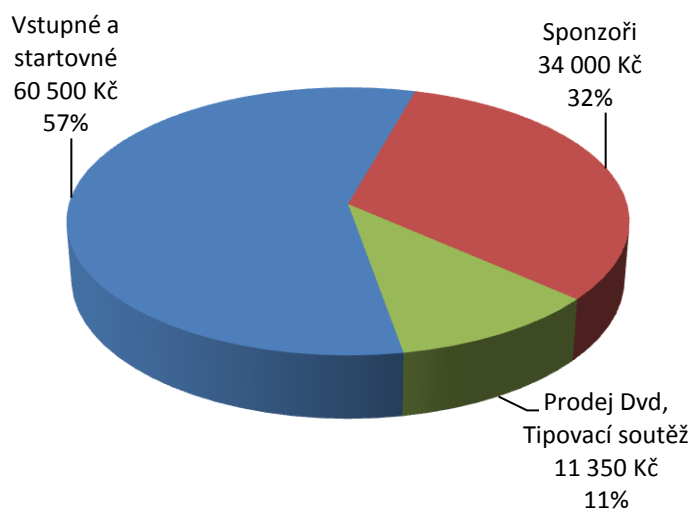
Příjmy bychom mohli rozdělit dle obrázku 19 na:

- příjmy ze vstupného a startovného,
- příjmy od sponzorů,
- příjmy z prodeje DVD a tipovací soutěže.

Tabulka 3 – Příjmy

<b>Příjmy za účetní období</b>			
	<b>1. ročník</b>	<b>2. ročník</b>	<b>3. ročník</b>
Startovné	4 000 Kč	5 500 Kč	5 600 Kč
DVD závodníci	-	-	2 000 Kč
DVD diváci	-	-	6 600 Kč
Tipovací soutěž	-	-	2 750 Kč
Vstupné	14 400 Kč	27 000 Kč	54 900 Kč
KETRIS a.s. – sponzor	-	-	2 000 Kč
MITAS a.s. – sponzor	-	-	5 000 Kč
CDS CZ a.s. – sponzor	-	-	2 000 Kč
MITRENGA a.s. – hlavní sponzor	-	20 000 Kč	25 000 Kč
DřevoTrust s.r.o – sponzor	1 000 Kč	2 000 Kč	-
Trestles a.s. – sponzor	2 000 Kč	2 000 Kč	-
<b>Příjmy celkem</b>		<b>56 500 Kč</b>	<b>105 850 Kč</b>

## Příjmy za 3. ročník

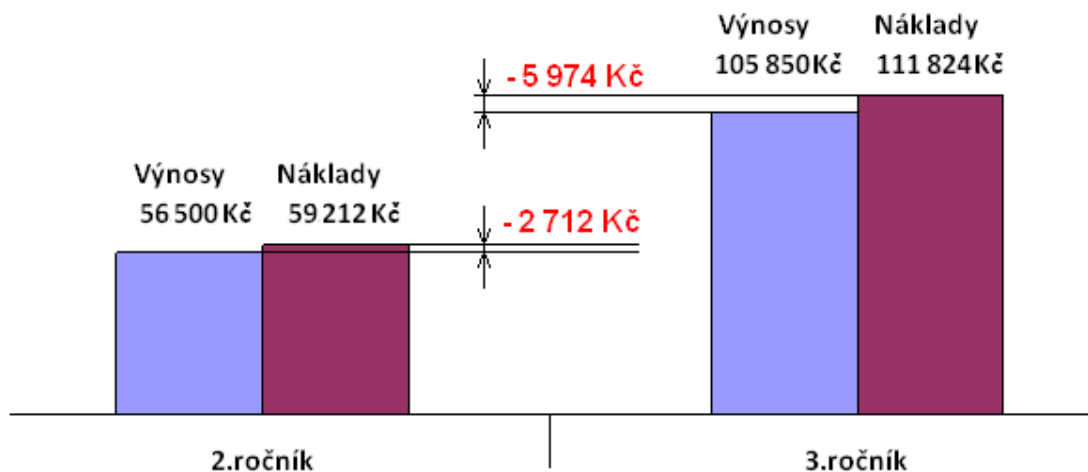


Obrázek 19 – Grafické vyjádření zdrojů zisku za 3. Ročník

Tabulka 4 - Výdaje

Výdaje za účetní období			
	1.ročník	2.ročník	3.ročník
Pronájem trati	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč
Pojištění akce	8 500 Kč	6 500 Kč	1 816 Kč
Ozvučení	-	3 000 Kč	6 300 Kč
Hitradio Orion – reklama	-	-	18 296 Kč
Jirka Jekl (moderátor)	-	-	4 000 Kč
Kamera	-	10 000 Kč	13 000 Kč
Foto	-	1 000 Kč	1 000 Kč
Zdravotní služba	3 000 Kč	3 000 Kč	3 000 Kč
Hasiči	-	1 000 Kč	1 000 Kč
WC pronájem	-	5 712 Kč	5 712 Kč
Tisk vstupenek a plakátů	-	15 000 Kč	19 000 Kč
Návrh a výroba přebalu DVD	-	3 000 Kč	5 000 Kč
Náklady na rozeslání DVD	-	-	3 200 Kč
OSA	1 500 Kč	1 000 Kč	500 Kč
Černá hora – pronájem stanů a výčepů	-	-	10 000 Kč
Lano na přetahování	-	-	10 000 Kč
<b>Výdaje celkem</b>	<b>-</b>	<b>59 212 Kč</b>	<b>111 824 Kč</b>

## Celkové výnosy a náklady



Obrázek 20 – Grafické znázornění celkových výnosů a nákladů

Na konci účetního období se musí výnosy rovnat nákladům. V našem případě náklady vždy převyšují výnosy a rozdíl musím hradit z vlastních zdrojů.

### 2.4 Analýza konkurence

V České republice se koná zhruba 30 traktoriád, z toho větší polovina jsou traktoriády vesnického charakteru, kde závodí mezi sebou pouze místní traktoristé. Vesnické traktoriády ve většině případů nedávají o své existenci vědět okolnímu světu. Zbytek doplňují traktoriády dalo by se říct „komerční“, které se propagují ve velkém, mají sponzory a nabízejí daleko více možností nejenom pro závodníky, ale i pro veřejnost. Právě k takovým traktoriádám se řadí i naše závody TraktorTrial. V Moravskoslezském kraji se vyjma vesnických traktoriád, podobné závody nekonají, proto lze říci, že nemáme konkurenci. Díky našim internetovým stránkám, které mimo jiné sdružují všechny fandy traktorů, se domlouvají termíny traktoriád tak, aby se v termínech nekryly. Spolupráce je navázána i se Slovenskem. Snahou organizátorů těchto závodů není si konkurovat, ale napomáhat.

Jediným ohrožením jsou místní kulturní akce, jako je například „Den horníků“ v Karviné, pořádané ve stejném termínu odebírající potencionální návštěvníky. Dalo by se očekávat, že naše závody navštěvuje specifická sorta lidí, ale opak je pravdou. Většinu návštěvníků tvoří právě rodiče s dětmi, kteří jdou spíše za zábavou a zvědavostí, než na závody traktorů.

S plánovaným 4. ročníkem a změnou lokality konání se nabízí, spolu s místními traktoriádami ve Vendyni, Mostech u Jablunkova a Bukovci, navázat spojení a uspořádat jakýsi okresní šampionát.

### **3 Vyhodnocení analýzy, specifikace požadavků, identifikace problému**

Z předešlé kapitoly je patrné, že náklady vždy převyšují výnosy, tyto a další problémy jsou uvedeny v této kapitole.

#### **3.1 Organizační chyby**

Jeden z mnoha problémů je organizace závodu. Během akce docházelo k mnoha organizačním problémům:

- Nedostatek času před zahájením. V den závodu před zahájením je nutno dodělat poslední organizační přípravy.
- Přijíždějící závodníci nevědí, kde mohou parkovat a vyplnit startovací přihlášku.
- Stánkaři, záchranná pomoc, moderátor, zvukaři, vystavovatelé zemědělské techniky a další účinkující hledají organizátora.
- Na hlavního organizátora dopadá spousta otázek a povinností, které není schopen sám vyřešit.
- Během závodu nejde pevně stanovit časový průběh, nikdo neví, co bude následovat.
- Nedostatečně připravený časový plán.
- Chybí spoluorganizátoři.

#### **3.2 Nevhodný areál a trať**

Motokrosová trať v Petrovicích u Karviné nabízí sice ideální terénní podmínky pro závodění, ale neposkytuje dobré podmínky pro pořadatele.

- Zázemí na trati není prakticky žádné, pouze jedna unimobuňka, kterou sotva obsadí zvukaři se svojí technikou.
- Je nutné nechat si dovést a pronajmout přenosné toalety.
- Elektřina na trati není dostatečně dimenzovaná na větší odběr, dochází tak k výpadkům elektřiny.

- Plocha před závodním, kde se soustředí většina lidí, není dostatečně velká.
- Traktory musí stát na závodní dráze, neboť není místo k parkování.
- Pronájem trati je v porovnání s naším výdělkem hodně vysoký.
- Písčitojílovitý terén v případě nepřízně počasí je problematický i pro ty nejzdatnější traktory.

### 3.3 Finanční nároky

Uspořádat kvalitní závodní akci obnáší spoustu výdajů, když není dostatek sponzorů, je třeba vše hradit z vlastní kapsy a spoléhat na velkou návštěvnost. Mezi vysoké náklady můžeme zařadit:

- Vysoký pronájem tratě.
- Vysoké náklady na zpracování videa a profesionálního fotografa.
- Pronájem přenosných WC.
- Pullingová vlečka:
  - Stavba není zcela dokončena a vyžaduje další investice.
  - Není celý rok využita, je potřeba někde parkovat.
  - Díky svému rozměru vyžaduje převoz nadvakrát.
  - Navzdory své hmotnosti brání účasti menším traktorům.
  - Nesklidila očekávaný úspěch.
- Závody se konají vždy na stejném místě, což má vliv na úzký záběr návštěvnosti.
- Nedostatečný zájem ze strany sponzorů.
- Náklady na propagaci.
  - Drahé návrhy a tisk plakátu.
  - Reklama v rádiu.

## 4 Vlastní návrh řešení

V předchozí kapitole byly naznačeny problémy, se kterými se již třetím rokem bez náznaek zlepšení potýkáme. V této kapitole nalezneme návrhy řešení, které by měli napomoci k vyřešení identifikovaných chyb.

### 4.1 Lepší organizace a časový plán

Vylepšit organizační chyby nezahrnuje žádné zvýšené finanční náklady, ale důmyslnou přípravu a vyjasněnost organizačního týmu před uskutečněním akce. Důmyslná organizace napomáhá hladkému průběhu celé akce a snížení chaosu. Dobrá připravenost je velikou vizitkou a prestiží celého týmu pořádajícího TraktorTrial.

Před zahájením akce by měl být pevně stanovený časový rozvrh. Počínaje zápisem startujících, oficiálním zahájením, jednotlivými soutěžními disciplínami, doprovodnými programy, přestávkami, vyhlášením výsledků až po oficiální skončení akce. Diváci, závodníci, ale i účinkující přesně stanoveným časovým programem získají důležité informace, kde se v pravý čas nacházet. Za již 3 uskutečněné ročníky jsme schopni odhadnout délky konání jednotlivých disciplín. Nepředpokládáme, že by se výrazně zvýšil počet startujících, ale vždy je potřeba počítat s časovou rezervou. Například během 3. ročníku značně promočená trať či nesprávná funkčnost pullingové vlečky zapříčinily výrazné zdržení, během kterého diváci netušili, co se děje, netrpělivě vyčkávali, nebo začínali odcházet. Proto je také nutné mít připravený záložní program, jako by mohl být některý z doprovodných programů, například ukázková jízda vystavované techniky.

Po všech zkušenostech z minulých konání akce jsme dospěli k závěru, že je vhodnější naplánovat oficiální začátek na odpolední hodiny. Závodníci se tak stihnou dopravit na místo konání v den závodu, nemusí vyjíždět předcházející den, tábořit a brát si volno práci, ale i přesto je možné dojet předešlý den, neboť je areál v pronájmu od pátku do neděle. V pátek probíhají první přípravy areálu a v neděli uklízející práce. Začátek akce v odpoledních hodinách má taky velkou výhodu pro organizátory



závodu a všechny zúčastněné, neboť v den závodu je potřeba vše nainstalovat, dořešit a nachystat.

Hlavním organizátorem je předseda sdružení Kamil Baron, vedlejším organizátorem místopředseda Václav Baran. Oba máme přemíru povinností před a během akce. Velkou pomocí by bylo přijmutí dalších organizačních sil a rozdělení úkolů. Jeden ze spoluorganizátorů by dostal na starosti závodníky, jeho úkolem by byly pouze závodníci, které by musel přivítat, podat jim vstupní informace, upřesnit jim, kde mají parkovat a vyplnit přihlášku. Po celou dobu závodu by jim měl být nablízku a doprovázet je průběhem závodu, informovat, na kterou disciplínu se mají připravit, jak danou disciplínu zdolat a kde se po dokončení disciplíny řadit. Další organizační síla by se měla postarat o parkoviště, návštěvníkům ukazovat správné místo k zaparkování. U vstupu se uplatní další dvě organizační síly, jedna u pokladny, druhá k vydávání vstupenek. Funkci hlavního rozhodčího tradičně zastává místopředseda Václav Baran s asistentkou zapisující výsledky. Na trati by se mělo pohybovat 5 lidí hlídajících bezpečnost diváků a hladký průběh akce.

Řešením organizační pomoci by bylo přijmutí několika spolehlivých předem zaučených studentů, či známých s domluvenou taxou 500 Kč na celý den.

V tabulce č. 5 je zobrazen plánovaný časový program pro 4. ročník TraktorTrialu

Tabulka 5 – časový program

Příjezd, parkování a zápis startujících	12:00 – 13:00
Oficiální zahájení akce	13:00
Sprint	13:15 – 13:45
Šnek	13:55 – 14:15
1. doprovodný program	14:20 – 14:40
Přestávka k občerstvení	14:40 – 15:00
TraktorPulling	15:00 – 16:00
2. doprovodný program	16:00 – 16:20
TraktorTrial	16:20 – 17:20
Bahna	17:20 – 18:00
Vyhlášení výsledků, ukončení akce	18:00

## 4.2 Změna místa konání

Nejjednodušším východiskem plynoucím z nedostatku motokrosové trati v Petrovicích u Karviné je úplná změna areálu. V současné době se nám naskýtá možnost využití areálu v blízkosti Jablunkova, areálu, jehož majitelem je jeden ze sponzorů p. Czudek, který chce na zmiňované ploše vytvořit speciální závodní místo pro svou sbírku vojenské techniky. Traktoriády lze uspořádat téměř na jakékoliv větší ploše, kde je dovoleno tento druh motoristického sportu pořádat, nelze pochybovat o tom, že trať vytvořená pro vojenskou techniku nebude ideálním místem pro pořádání závodů traktorů. Hlavní výhodou tohoto areálu je nulová cena, neboť v rámci přislíbeného sponzorství nebude třeba platit nájemné. Dle plánu se má v areálu nacházet administrativní budova se sociálním zařízením, kde najdeme zázemí nejenom pro zvukaře, ale i pro pořadatelský tým. V okolí Jablunkova se navíc pořádají podobné traktoriády, konkrétně v obci Bukovec, Vendryně – Záolší a v Mostech u Jablunkova, což je jedním z důkazů o větší koncentraci traktorů. Navíc Jablunkov se nachází asi 10km od hranic se Slovenskem a 8km od hranic s Polskem. Jablunkov má daleko lepší spádovou oblast pro potencionální diváky a závodníky než Petrovice u Karviné.

### 4.3 Finanční možnosti

Výrazného snížení nákladů docílíme zmíněnou změnou areálu, díky kterému vyškrtáme náklady za pronájem trati, neboť areál v Jablunkově bude v rámci sponzorství zcela zdarma.

Veškeré příjmy občanského sdružení jsou ze vstupného a startovného, nebo ze sponzorství. Získat sponzory je velký krok k podpoře celé akce, avšak ne každý ze sponzorů je ochoten přispět finančně, většina je ochotna darovat propagační materiály, či výrobky ze své produkce, kterými můžeme obdařit vítěze závodu. I tento rok nám hlavní sponzor p. Mitrenga vyjde vstříc a poskytne finanční účast, zároveň se podílí na tisk a návrh platů, pozvánek i přebalů DVD.

Přilákat sponzory je nelehkým úkolem, v dnešní době málokdo něco poskytne, aniž by z toho něco měl. Možným řešením by bylo zveřejnění reklamy sponzora na internetových stránkách [www.nasetractory.cz](http://www.nasetractory.cz) po dobu jednoho roku. Samozřejmostí by bylo také zveřejnění reklamy na plakátech a možnost prezentace výrobků či služeb v den akce. Potencionální sponzory by se mělo oslovovat výhradně osobně s malou prezentací a věnováním loňského DVD. Protože pořádáme závody zemědělské techniky, nejvhodnější sponzoři jsou prodejci a výrobci zemědělské techniky, kteří by naši akci využili k vystavování a ukázkám svých výrobků, třeba v rámci doprovodného programu.

Další snížení nákladu dosáhneme snížením ceny za zpracování DVD. Minulý ročník si profesionální firma nechala zaplatit 13.000 Kč za video o délce 10 min, které sklídilo spousty kritiky. Letos bychom raději pořídili záběry z vlastních videokamer a pouze si nechali profesionálně video sestříhat. Samostatný střih videa dle nabídky nepřekročí 2 000 Kč.

Stavba pullingové vlečky si vyžádala spoustu času a financí, které nejsou zahrnuty v nákladech občanského sdružení, ale v osobních výdajích organizátorů. Vlečka je v současné době v provozuschopném stavu, ale vyžaduje drobné úpravy v hodnotě 10 000 Kč, zejména úpravy rozměrů, aby splnila svou funkci pro všechny kategorie traktorů. Plánovaná investice by se měla navrátit z plánovaného pronájmu vlečky. Naším záměrem

je pronájem vlečky ostatním traktoriádám, a to za domluvený poplatek 2 000 Kč.

Pro 4. ročník zůstává vstupné na 50 Kč za osobu, děti vstup zdarma. Vstupenka bude obsahovat nápojový lístek v hodnotě 20 Kč. Závodníci zaplatí na místě 250 Kč, nebo registrací přes internet 150 Kč.

K propagaci, jako každý rok, poslouží internet a plakáty, naším cílem bude rovněž ukázat se i v televizi.

## 5 Zhodnocení přínosu práce

Tématem mé práce byl management a organizace závodů traktorů s cílem analyzovat řízení této akce s názvem TraktorTrial. Tento úkol byl pro mne velice přínosný, protože jsem z jedním organizátorů těchto akcí. Zaměřil jsem se především na oblast organizace a na zhodnocení finančních možností pořádání závodu.

V první části této práce jsem představil naše občanské sdružení a popsal základní charakteristiky závodu.

Ve střední části práce jsem provedl analýzu současného stavu, kde jsem pomocí metod marketingového mixu a SWOT analýzy došel k identifikaci problémů, jako byly organizační chyby, nevhodný areál a vysoké náklady. Nedílnou součástí bylo zhodnotit rozpočet závodů a zamyslet se nad konkurencí.

V poslední části jsem navrhl své vlastní řešení, jak tyto chyby překonat. Výsledkem je především naplánování přesného časového harmonogramu, zajištění dostatečného počtu lidských zdrojů. Změna areálu by také přispěla k zlepšení rozpočtu pořádání závodů.

Jelikož se věnuji organizačním přípravám 4. ročníku, který je předběžně naplánován na poslední týden v srpnu, byla práce pro mě obrovským přínosem. Nepochybně tyto návrhy řešení přispějí k tomu, aby se chyby z předchozích ročníků neopakovaly.

Ve 4. ročníku TraktorTrialu je našim hlavní cílem zajištění hladkého průběhu celé akce, která zajisté povede k naprosté spokojenosti diváků a závodníků. Dalším cílem pak bude vytvořit finanční plán, kdy příjmy ze závodů pokryjí náklady a nebude již nutné závody financovat z vlastních zdrojů organizátorů.

## **Použitá literatura**

- [1] OBČANSKÁ SPOLEČNOST [online]. 2010 [cit. 2010-04-25]. Dostupné z WWW: <<http://obcan.ecn.cz/index.shtml?w=u&x=132554/>>.
- [2] KOTLER, P., ARMSTRONG, G. Moderní marketing 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. 1048 s. ISBN: 978-80-247-1545-2
- [3] *SWOT* [online]. 14.3.2010 [cit. 2010-04-01]. Wikipedie. Dostupné z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/SWOT>>.
- [4] FORET, M.. Marketing management 10.vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. 719 s. ISBN: 80-247-0016-6
- [5] ROBERT NĚMEC [online]. 2010 [cit. 2010-04-25]. Dostupné z WWW: <<http://marketing.robertnemec.com/marketingovy-mix-rozbor/>>.